



Rapport Environnemental

2020-2021

11 mai 2021

Léna Voisin

Responsable environnementale

RÉSUMÉ

Les Tchoukball Geneva Indoors s'engagent pour la protection de l'environnement en agissant pour la réduction des émissions de CO₂ liées à la manifestation. L'année 2020-2021, nous avons posé les bases de notre analyse :

- Recrutement d'une personne pour cette problématique
- Parcours des activités de la manifestation ayant un impact environnemental
- Quantification des impacts engendrés
- Propositions de mesures envisageables à court, moyen et long terme

Cette analyse nous a permis de fixer deux objectifs principaux pour les années à venir :

- Améliorer notre ProfileVENT (un outil permettant l'évaluation d'une manifestation du point de vue du développement durable), grâce à différentes mesures
- Atteindre la neutralité carbone, en compensant les émissions inévitables

En 2021-2022, nous pourrons commencer à appliquer les mesures choisies. Ces dernières concernent différents aspects :

- Les transports
- La restauration
- La promotion de la manifestation
- L'énergie utilisée et l'infrastructure de la manifestation
- L'hébergement

Si toutes les mesures proposées à court terme sont appliquées, cela nous permettrait d'améliorer notre ProfileVENT de 13%, en passant de 81% à 94%.

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	4
2. SITUATION ACTUELLE	5
2.1. PROFILEVENT	5
3. OBJECTIFS 2025	7
4. ANALYSE	8
4.1. ANALYSE SWOT.....	8
4.2. ASPECTS ET IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX.....	9
4.3. ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX SIGNIFICATIFS.....	9
5. MESURES PRISES EN 2020-2021	11
5.1. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE ET CONCEPT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	11
5.2. AJOUT D'INFORMATIONS DANS LE MANUEL DES BÉNÉVOLES	11
6. PROPOSITIONS DE MESURES À COURT TERME	12
6.1. TRANSPORT	12
6.1.1. <i>Sensibilisation à la mobilité douce</i>	12
6.1.2. <i>Inciter les équipes à se rendre à Genève en transport le moins polluant possible</i>	12
6.2. RESTAURATION	13
6.2.1. <i>Concept de protection de la jeunesse (alcool)</i>	13
6.2.2. <i>Utilisation de vaisselle réutilisable consignée</i>	13
6.2.3. <i>Repas locaux, de saison</i>	14
6.2.4. <i>Repas bio, fairtrade</i>	14
6.3. CAMPAGNE PROMOTIONNELLE.....	15
6.3.1. <i>Souvenirs choisis d'un point de vue environnemental</i>	15
6.4. ÉNERGIE ET INFRASTRUCTURE.....	16
6.4.1. <i>Fournisseur énergétique</i>	16
6.4.2. <i>Compensation CO₂ de l'événement</i>	17
7. PROPOSITIONS DE MESURES À MOYEN ET LONG TERME	18
7.1. RESTAURATION	18
7.1.1. <i>Non-utilisation de bouteilles en PET</i>	18
7.2. CAMPAGNE PROMOTIONNELLE.....	18
7.2.1. <i>Choix de l'imprimerie</i>	18
7.2.2. <i>Massmailing</i>	18
7.2.3. <i>Choix des sponsors</i>	18
7.3. HÉBERGEMENT	19
7.3.1. <i>Choix de l'hébergement</i>	19
8. SUIVI	19
9. ANNEXE : ANALYSE ENVIRONNEMENTALE DE L'ÉVÉNEMENT - IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX SIGNIFICATIFS ET NON SIGNIFICATIFS	20

1. Introduction

Ce rapport a pour but de fournir une analyse environnementale des activités et autres éléments (de l'organisation à la réalisation de la manifestation) des Tchoukball Geneva Indoors, de mesurer les émissions de CO₂, de faire un bilan et de proposer des mesures possibles afin de réduire les impacts environnementaux produits par l'événement, à court, moyen et long terme. Il confirme et démontre la volonté des Tchoukball Geneva Indoors d'agir en faveur de l'environnement.

Le comité d'organisation est depuis de nombreuses années sensible aux questions environnementales et s'est toujours appliqué de minimiser si possible l'impact sur notre environnement. Cette approche n'a cependant jamais été menée de manière structurée et ciblée.

Le comité d'organisation remercie vivement Léna Voisin pour son travail, son engagement et son approche structurée dans son analyse de l'impact environnemental des Tchoukball Geneva Indoors. Il s'engage également à travailler à la mise en œuvre des recommandations effectuées.

Pour le comité d'organisation

Daniel Buschbeck
Président

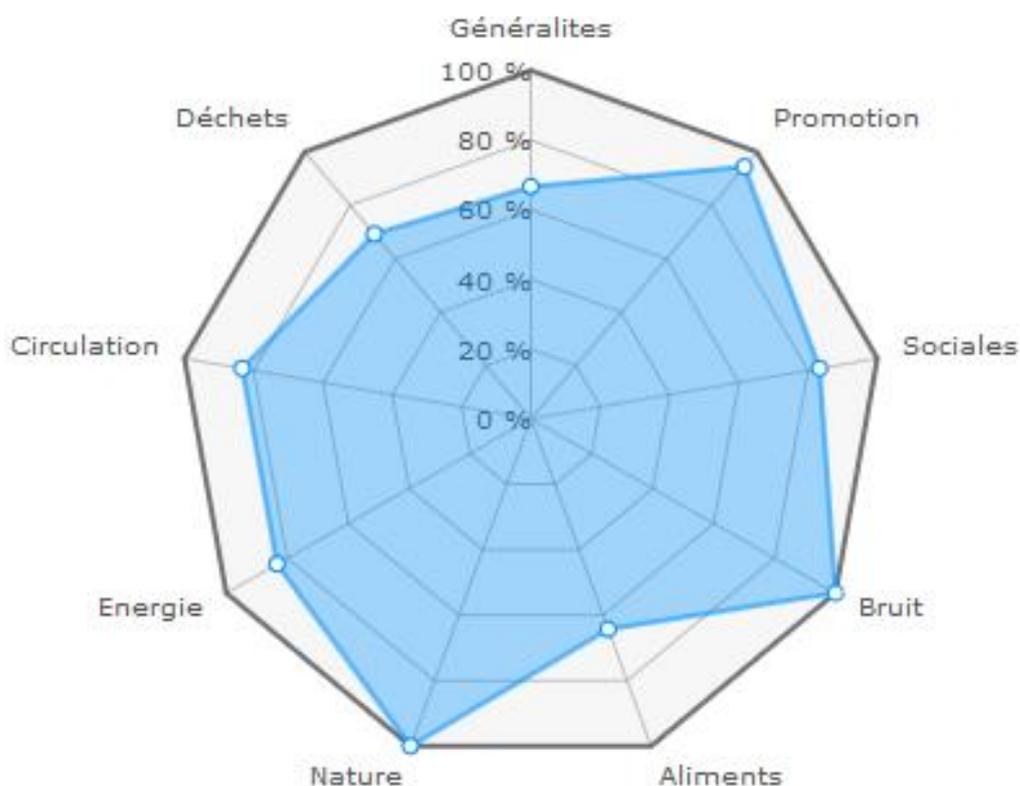
2. Situation actuelle

Depuis plusieurs années, les Tchoukball Geneva Indoors s'engagent à limiter leur impact environnemental. En effet, une conscience écologique est présente depuis longtemps, et chaque année, des efforts sont fournis pour limiter l'impact environnemental de l'événement.

2.1. ProfilEVENT

En 2019, un ProfilEVENT a été créé sur le site [manifestation verte](#). Cet outil permet une représentation visuelle des domaines de l'événement qui sont déjà respectueux de l'environnement, et ceux dans lesquels il serait judicieux d'agir.

L'évaluation montre que de nombreuses mesures ont déjà été prises, comme l'utilisation de gobelets réutilisables, le tri des déchets, et la vente d'aliments de saison. Le résultat final du profil est plutôt positif, avec 81% d'aspects positifs d'un point de vue environnemental, grâce aux éléments mis en place lors des années précédentes.



Toutefois, il est toujours possible de prendre en considération plus d'aspects, d'aller plus loin dans la démarche et de s'améliorer. Il s'agit de l'un des objectifs des années à venir.

De plus, dans la version 2020 du ProfileVENT, deux aspects ont été cochés comme « non pertinents » et n'ont donc pas été pris en compte, alors qu'ils devraient l'être. Il s'agit de l'approvisionnement énergétique, renouvelable ou non, du bâtiment et de la compensation des émissions de CO₂ de la manifestation.

En prenant ces deux aspects en compte, cela modifierait le score du ProfileVENT.

Pour la compensation des émissions, comme elles ne sont pas encore compensées : -6.41% pour la branche énergie et -1% pour le score total.

Pour l'approvisionnement énergétique, comme le courant n'est pas certifié, cela enlève encore 6.41% pour la branche énergie et -1% pour le score total.

Ainsi, **le montant total s'élève en réalité à 79%.**

3. Objectifs 2025

L'objectif principal des Tchoukball Geneva Indoors est de diminuer leur impact environnemental. Pour cela, nous allons réduire les émissions de CO₂ produites lors de la manifestation en mettant en place progressivement différentes mesures présentées dans la suite de ce rapport.

D'une part, les différentes mesures mises en place pour réduire l'impact environnemental de l'événement permettront d'améliorer le ProfileVENT. Nous avons pour objectif de tendre vers **95%** d'ici 2025, et ainsi améliorer le profil de plus de 15%.

D'autre part, un objectif plus ambitieux est d'atteindre la **neutralité carbone** dès 2025, en compensant les émissions inévitablement produites.

Pour cela, nous allons utiliser les services de Myclimate. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif qui calcule les émissions produites et permet de les compenser en finançant des projets qui contribuent au développement social, écologique et économique des régions.

Tendre vers un score de 95%
d'ici 2025

Neutralité carbone dès 2025

4. Analyse

4.1. Analyse SWOT

L'analyse SWOT permet de mettre en évidence les forces, faiblesses, opportunités et risques de l'événement vis-à-vis de l'environnement. Cela donne un premier aperçu des éléments sur lesquels il sera intéressant d'approfondir l'analyse.

FORCES

À l'intérieur (pas d'impact direct sur l'environnement)
Facilite le tri / faible risque de littering à l'extérieur
Desservi par les TPG
Repas végétariens déjà proposés
Envie de faire des efforts pour l'environnement

FAIBLESSES

Besoin d'électricité même en journée ?
Pas/peu de possibilité d'influencer la provenance de l'énergie
Pas de lave-vaisselle sur place (pour les gobelets c'est l'entreprise qui s'en occupe)

OPPORTUNITÉS

Inciter à l'utilisation des TPG
Donner des avantages aux spectateurs venu en TP/mobilité douce
Peu de places de parc : incitation indirecte à utiliser les autres moyens
La ville de Genève banni les objets en plastique à usage unique (sauf PET) : utilisation de réutilisable
Aller plus loin et ne pas utiliser de PET
Possibilité de s'approvisionner localement/de saison/bio/vrac pour l'alimentation
Encourager le remplissage de gourdes/verres personnels
Information sur des activités nature/non-polluantes à faire sur place (Salève, location de vélo Genève-roule, etc.)

MENACES

Déplacement des équipes/spectateurs par un moyen polluant (avion, voiture, etc)
Production de beaucoup de déchets si rien n'est fait
Mauvaise image en cas de non action environnementale

4.2. Aspects et impacts environnementaux

La liste des activités de l'organisation qui ont une interaction ou sont susceptibles d'interagir avec l'environnement est dressée. Cette interaction entre les activités et l'environnement correspond aux **aspects environnementaux** = sur quoi on a un impact. Ces derniers peuvent provoquer des **impacts environnementaux**, c'est-à-dire causer une modification, positive ou négative, de l'environnement.

L'organisation des Tchoukball Geneva Indoors est divisée en 5 groupes principaux, qui englobent chacun plusieurs secteurs, eux-mêmes divisés en sous-secteurs :

- Communication
- Services généraux
- Gestion
- Sport
- Accueil

Les trois premiers groupes ci-dessus ont été identifiés comme ceux étant les plus susceptibles d'avoir un impact environnemental important, et plus particulièrement les activités suivantes :

- Hébergement
- Transport
- Restauration
- Campagne promotionnelle
- Logistique

4.3. Aspects environnementaux significatifs

Une fois la liste des aspects environnementaux établie, il est nécessaire de déterminer lesquels sont **significatifs**, afin de savoir sur lesquels agir en premier. Un aspect environnemental significatif peut provoquer un ou plusieurs impacts environnementaux significatifs. Il s'agit d'une relation de cause à effet.

Le système de cotation choisi prend en considération la **gravité** et la fréquence de l'impact environnemental, ainsi que la capacité des TGI de maîtriser ces impacts.

Système de cotation			
Evaluation	GRAVITE	FREQUENCE	MAITRISE
1	Aspect(s) et impact(s) nul(s) ou très faible(s)	Très peu probable	Aspect non maîtrisable
2	Aspect(s) et impact(s) moyen(s)	Probable	Partiellement maîtrisable
3	Aspect(s) et impact(s) fort(s)	Très probable	Maîtrisable

Pour chaque activité, une note a été obtenue en multipliant les chiffres obtenus pour les trois critères.

Ces notes correspondant aux **indices d'importance** de chaque impact, ce qui permet de les hiérarchiser. Ainsi, les impacts environnementaux ayant obtenu une note supérieure à 10, sont considérés comme significatifs. Les autres, sont donc mis de côté temporairement, afin de se concentrer sur les significatifs. Ce tableau se trouve en annexe.

Afin de pouvoir fixer des objectifs concrets pour réduire les impacts environnementaux, il est utile de quantifier précisément les impacts environnementaux. La quantification se fait au cas par cas, en fonction de l'impact.

5. Mesures prises en 2020-2021

5.1. Analyse environnementale et concept de développement durable

En 2020, une personne a été recrutée pour s'occuper exclusivement de l'aspect environnemental de l'événement. Son objectif était de faire une analyse environnementale de l'événement en passant en revue tous les éléments, afin de faire des propositions de mesures. Ce rapport découle de ce mandat.

La création d'un concept de développement durable permettra d'améliorer la partie **généralités** du ProfileVENT de 16.66% et 2% le score total.

Il faudrait aussi observer et analyser toutes les mesures mises en place. Pour cela, il est nécessaire d'utiliser des indicateurs qui permettent de quantifier la situation actuelle et ainsi observer l'évolution.

L'observation et l'analyse systématique des mesures de développement durable permettra d'améliorer la partie **généralités** du ProfileVENT de 8.33% et 1% le score total.

5.2. Ajout d'informations dans le manuel des bénévoles

L'une des première mesures mise en place a été d'ajouter des informations concernant cette thématique dans le manuel des bénévoles, afin que chacun soit au courant de la volonté du comité de diminuer l'impact environnemental de l'événement. Ainsi, les bénévoles pourront participer à améliorer la situation.

6. Propositions de mesures à court terme

La méthode de quantification permet de définir des indicateurs principaux qui vont faciliter l'observation de l'évolution de la situation d'une année à l'autre.

6.1. Transport

6.1.1. Sensibilisation à la mobilité douce

Il serait très intéressant d'encourager les bénévoles, visiteurs et équipes à se déplacer en transports publics ou mobilité douce à Genève.

Cet élément est déjà mis en place depuis 2019. Au tout début de la manifestation, de grands cars étaient prévus pour transporter les équipes de l'aéroports à leurs logements, de même que jusqu'au centre sportif. Depuis 2019, des forfaits de transports publics sont vendus aux équipes qui loges dans les dortoirs de la protection civile, pour se déplacer localement. Les équipes logeant dans des hôtels reçoivent d'office une carte de transports publics gratuite.

Il serait possible d'imaginer offrir un avantage aux utilisateurs de transports publics/mobilité douce, comme par exemple une boisson gratuite, ou une réduction sur un repas.

6.1.2. Inciter les équipes à se rendre à Genève en transport le moins polluant possible

Pour les équipes internationales européennes ayant la possibilité de se rendre à Genève en train plutôt qu'en avion, il serait très utile d'un point de vue environnemental de les inciter à le faire. Cette incitation peut se faire sous la forme d'une réduction lors de l'inscription au tournoi.

Il est donc primordial de bien communiquer sur ce point, car l'impact environnemental des transports, principalement aérien, est conséquent.

6.2. Restauration

6.2.1. Concept de protection de la jeunesse (alcool)

Un concept de protection de la jeunesse est nécessaire afin d'assurer qu'aucun alcool ne sera vendu aux mineurs.

Le canton de Neuchâtel met à disposition [un concept à remplir](#), afin de s'assurer que les mesures principales sont respectées : promotion des boissons sans alcool, affichage de l'interdiction de vente (-16ans/18ans) ([disponible gratuitement ici](#)), mesures en faveur de la protection de la jeunesse, formation du personnel de vente. Ce document peut permettre de base pour la création d'un concept de protection propre aux TGI.

Les Tchoukball Geneva Indoors étant un événement sportif, de plus se déroulant pendant la journée, ne correspondent probablement pas à la situation présentant le plus de risque de vente et d'abus d'alcool par la jeunesse.

L'idée d'installer des robinets/fontaines à eau dans les couloirs du centre sportif contribuerait également à mettre à disposition une boisson non alcoolisée, qui est l'un des points importants à instaurer dans le concept.

La création d'un concept de protection de la jeunesse permettrait d'améliorer la partie **éthique et sociale** du ProfileVENT de 6.67% et 2% le score total.

La formation du personnel de vente sur les dispositions relatives à la protection de la jeunesse permettrait d'améliorer la partie **éthique et sociale** du ProfileVENT de 3.34% et 1% le score total.

6.2.2. Utilisation de vaisselle réutilisable consignée

L'utilisation de vaisselle réutilisable est à privilégier par rapport à la vaisselle compostable. En effet, il est toujours préférable de **ne pas créer de déchets**, même si ceux-ci peuvent être valorisés. De plus, certaines vaisselles soi-disant compostables ne le sont pas réellement, ou pas complètement.

Indicateur : Quantité de déchets ménagers

Unité : Kg/Nombre de visiteur

L'utilisation de vaisselle réutilisable permet également de réduire la quantité de gaspillage alimentaire. En effet, les consommateurs sont moins tentés de jeter les restes de repas en même temps que l'emballage.

Indicateur : Quantité de foodwaste

Unité : Kg/Nombre de repas vendus

Actuellement, il des gobelets réutilisables sont utilisés pour le café et le vin. Le reste de la vaisselle est soit compostable soit jetable.

L'utilisation exclusive de vaisselle consignée permettrait d'améliorer la partie **aliments** du ProfileVENT de 14.39% et 3% du score total.

Il est généralement possible d'en louer, ou d'acheter de la vaisselle personnalisée. De nombreuses entreprises propose ce service : groupe-serbeco.ch (Satigny/Genève), Molotov.ch (Saint-Légier) et Ecomanif.ch (Yverdon-les-Bains), pour n'en citer que trois. Il serait intéressant de comparer les offres, afin de choisir la meilleure option.

6.2.3. Repas locaux, de saison

Le transport des aliments est une grande source d'émissions de CO₂. Afin de réduire cet impact, l'utilisation de produits régionaux est une solution. De plus, il permet de soutenir les producteurs de la région et soutien l'économie locale.

Dans le cadre de notre manifestation, il nous est imposé de travailler avec certains restaurateurs. Il pourrait être intéressant de discuter avec les gérants pour savoir quelles sont leurs politiques d'approvisionnement, et s'il est possible qu'ils s'adaptent à nos besoins et nos valeurs.

Indicateur : Origine des aliments

Unité : Pourcentage de produits genevois et/ou pourcentage de produits suisses

L'utilisation exclusive de produits régionaux permettrait d'améliorer la partie **aliments** du ProfileVENT de 14.28% et 2% du score total.

6.2.4. Repas bio, fairtrade

La proximité de provenance des aliments est importante, tout comme les labels qui garantissent une production respectueuse de l'environnement.

Le même commentaire qu'au point précédant s'applique ici concernant les buvettes.

Indicateur : Labellisation des aliments

Unité : Pourcentage de produits labellisés (bio/demeter/fairtrade/etc.)

Si 50% des produits sont issus de l'agriculture biologique et respectueux des animaux, cela permettrait d'améliorer la partie **aliments** du ProfileVENT de 14.28% et 2% du score total.

Si pour les produits commerciaux comme le café, le chocolat, le jus d'orange ou les noix, seuls de produits issus du commerce équitable sont utilisés, cela permettrait d'améliorer la partie **aliments** du ProfileVENT de 7.14% et 1% du score total.

6.3. Campagne promotionnelle

6.3.1. Souvenirs choisis d'un point de vue environnemental

Offrir un souvenir aux participants est une idée conviviale et intéressante. Il est important de prendre en compte des critères écologiques et sociaux lors du choix des différents produits (cadeaux publicitaires, textiles, articles de merchandising, imprimés, signalisation, etc.). Nous souhaitons à moyen ou long terme pouvoir offrir aux équipes des souvenirs intéressants, utiles et durables.

Indicateur : Quantité de PET jeté

Unité : Kg/Nombre de visiteur

Choisir les différents produits uniquement sur la base de critères écologiques et sociaux permettrait d'améliorer la partie **éthique et sociale** du ProfileVENT de 6.67% et 2% du score total.

6.4. Énergie et infrastructure

6.4.1. Fournisseur énergétique

Comme il a été précisé plus haut, nous n'avons pas encore obtenu l'information concernant l'origine de l'énergie utilisée dans le centre sportif. Une fois que nous l'aurons, nous pourrions adapter le ProfileVENT.

Si le centre sportif n'utilise pas de courant issu d'énergie renouvelable, cela **aggraverait** la partie **énergie** du ProfileVENT de -6.41% et **-1%** du score total.

Si le centre sportif utilise en partie courant issu d'énergie renouvelable, cela **améliorerait** la partie **énergie** du ProfileVENT de 1.29% et **1%** du score total.

Si le centre sportif n'utilise que du courant issu d'énergie renouvelable, cela **améliorerait** la partie **énergie** du ProfileVENT de 8.98% et **2%** du score total.

Si ce n'est pas encore le cas, il serait intéressant de proposer au centre sportif de choisir une offre énergétique verte (électricité 20% Vitale Vert, 40% Vitale Vert ou Vitale Vert).

6.4.2. Compensation CO₂ de l'événement

Compenser intégralement les émissions de CO₂ causées par la manifestation permettrait de la rendre neutre.

Cet élément n'étant actuellement pas pris en compte dans le ProfileVENT, compenser partiellement les émissions **dégraderait** la partie **énergie** du ProfileVENT de 2.56% et **ne modifierait pas** le score total.

S'il avait été pris en compte, le score total actuel serait de 80% au lieu de 81, et la compensation partielle l'augmenterait de 1% pour atteindre 81%.

Compenser entièrement les émissions permettrait d'améliorer la partie **énergie** du ProfileVENT de 1.29% et **1%** du score total.

Or, si la non compensation avait été prise en compte dans le calcul de base, compenser entièrement les émissions permettrait d'améliorer la partie **énergie** du ProfileVENT de 7.7% et **2%** du score total.

La compensation des émissions se calcule sur la base de différents critères. Notons qu'en mettant en place plusieurs mesures citées précédemment, l'impact environnemental de l'événement serait moins important qu'actuellement, et le montant à payer pour la compensation des émissions restantes serait donc diminué.

Si toutes ces propositions sont mises en place, cela permettrait d'atteindre un total de

94%.

7. Propositions de mesures à moyen et long terme

7.1. Restauration

7.1.1. Non-utilisation de bouteilles en PET

Bien que le PET soit recyclable, il est toujours préférable de ne pas créer de déchet. Un bon déchet est un déchet qui n'existe pas, même s'il peut être recyclé. Cet aspect est probablement compliqué à modifier, parce qu'il est préférable d'entrer dans les salles de sport avec des récipients que l'on peut fermer. Il serait donc envisageable de promouvoir l'utilisation de gourdes réutilisables. Serait-il envisageable/intéressant d'en vendre avec le logo des TGI ?

Afin d'observer l'évolution de l'utilisation de ce matériau, il serait possible d'utiliser l'indicateur et l'unité suivants :

Indicateur : Quantité de PET jeté ou Nombre de boissons vendues en vrac/nombre total de boissons

Unité : Kg/Nombre de visiteur

7.2. Campagne promotionnelle

7.2.1. Choix de l'imprimerie

Afin d'aller encore plus loin dans la démarche, il serait intéressant de choisir une imprimerie qui utilise du papier recyclé, des encres naturelles, etc.

Actuellement, nous cochons déjà l'option de compensation carbone de nos impressions lorsque nous passons commande auprès de l'imprimeur.

Il serait également intéressant d'étudier s'il reste utile d'imprimer des flyers ou si de nos jours l'information n'est transmise que par internet.

7.2.2. Massmailing

L'envoi d'e-mail est une action qui a un fort impact environnemental. En effet, les données doivent être stockées sur des serveurs qui utilisent énormément d'énergie, notamment pour être refroidis. Le problème est aggravé lorsque les e-mails s'accumulent dans une boîte mail - même sans les ouvrir. Il est donc intéressant d'y penser lors d'envois de newsletter par exemple : n'envoyer que le nécessaire aux personnes concernées.

7.2.3. Choix des sponsors

Il peut également être intéressant de choisir les sponsors en fonction de critères environnementaux et sociaux, afin de promouvoir leurs valeurs.

7.3. Hébergement

7.3.1. Choix de l'hébergement

Le choix d'hébergement des joueurs, coaches et bénévoles est un sujet intéressant. Il est intéressant qu'il se situe proche du centre sportif pour ne pas engendrer de trop longs déplacements, mais également qu'il soit alimenté et énergie renouvelable.

8. Suivi

Afin de s'assurer que toutes les mesures prévues sont effectivement mises en place dans la pratique, il est nécessaire de prévoir un système de suivi. L'objectif est de s'assurer du respect des mesures et d'analyser les résultats obtenus. Pour cela, nous nous servons des indicateurs présentés précédemment.

9. Annexe : Analyse environnementale de l'événement - impacts environnementaux significatifs et non significatifs

Ce tableau comprend les secteurs, divisés en activités nécessaires à l'organisation et a bon déroulement de la manifestation. Ces activités sont en interaction avec l'environnement (aspect environnemental), ce qui a un impact positif ou négatif sur l'environnement. C'est cet impact qu'il est intéressant de quantifier en fonction de sa gravité et sa fréquence, ainsi que la maîtrise que l'on peut avoir dessus. Le résultat correspond à l'indice d'importance. Les impacts environnementaux ayant le plus grand indice d'importance sont ceux sur lesquels il est nécessaire d'agir en premier.

Ce tableau permet de voir rapidement que l'hébergement, les transports et la restauration sont les secteurs ayant le plus d'impact.

SECTEURS	ACTIVITES	ASPECT ENVIRONNEMENTAL	RISQUES ET IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT	COTATION		MAITRISE	INDICE D'IMPORTANCE	MESURES
				GRAVITE	FREQUENCE			
Hébergement	Logement des joueurs/bénévoles	Énergie utilisée pour chauffer et éclairer les locaux de PC	Pression sur les ressources naturelles	3	2	2	12	Choix d'un hébergement proche du centre sportif et alimenté en énergie renouvelable
Transport	Transport des équipes de chez elles à Genève	Déplacement des véhicules	Pollution de l'air et du sol : rejets de CO2, autres GES, microparticules, etc.	3	2	2	12	Encourager les équipes à se rendre à Genève en transport le moins polluant possible si possible
		Consommation de carburant (avion, voiture, car, etc.)	Pression sur les ressources naturelles	3	2	2	12	
	Déplacement des équipes, bénévoles, public, etc. pendant le tournoi	Déplacement des véhicules	Pollution de l'air et du sol : rejets de CO2, autres GES, microparticules, etc.	1	2	3	6	Sensibilisation à la mobilité douce
		Consommation de carburant (avion, voiture, car, etc.)	Pression sur les ressources naturelles	1	2	2	4	

Restauration	Repas (déjeuners des équipes, repas vendus pendant le tournoi, snacks, etc.)	Utilisation d'emballages jetables, à usage unique : production de déchets	Pression sur les ressources naturelles	2	2	3	12	Utilisation d'emballages réutilisables
			Incinération : rejets de particules, etc. Recyclage : utilisation d'eau, d'électricité, etc.	2	2	3	12	
		Boissons en PET	Création de bouteilles et recyclage (énergie, eau, etc. utilisées)	2	2	3	12	Utilisation de gobelets réutilisables
		Transport des aliments	Longue distance : utilisation de carburant (pollution de l'air et du sol, pression sur les ressources)	2	2	3	12	Choisir des aliments locaux
		Types d'aliments	Risque de ne pas être local, de saison, bio, etc.	2	2	3	12	Choisir des aliments de saison, bio, etc.
		Production de gaspillage alimentaire	Utilisation de matière première inutilement, compostage (voire incinération si pas trié correctement)	3	2	2	12	Ne pas faire des portions trop grandes
Campagne promotionnelle	Cadeaux aux équipes		Objet décoratif, peu utile, vite jeté qui crée des déchets et puis dans les ressources naturelles pour pas grand chose	1	2	3	6	Choisir les souvenirs d'un point de vue environnemental et éthique
	Publicité, promotion	Flyers	Utilisation de papier, d'encre, d'énergie, etc.	1	2	3	6	Choisir l'imprimerie ou compenser les impressions
			Production de déchets recyclables (s'ils sont triés correctement)	1	2	3	6	Réfléchir si les flyers sont encore indispensables

		Massmailing, site internet	Utilisation d'énergie, utilisation de datacenters pour le stockage des données	2	1	2	4	N'envoyer qu'aux personnes concernées et quand c'est vraiment nécessaire
	Choix des sponsors		Promotion d'entreprises non respectueuses de l'environnement et donc indirectement de leurs pratiques	1	2	3	6	Choisir les sponsors avec des critères environnementaux et sociaux
Logistique	Éclairage du centre sportif	Consommation d'électricité	Utilisation d'énergie potentiellement non renouvelable : pression sur les ressources naturelles	2	2	1	4	Suggérer aux responsables du centre de choisir un approvisionnement en énergie durable
			Quantité d'énergie utilisée	2	3	1	6	Suggérer aux responsables du centre d'utiliser des led
	Douches, toilettes, robinets du centre sportif	Consommation d'eau	Pression sur les ressources naturelles	2	1	2	4	Suggérer aux responsables du centre d'installer des économiseurs d'eau
			Rejet d'eaux usées	2	2	1	4	
	Décoration, mise en place des terrains	Utilisation d'agrafes, cordes, scotch, etc. jetables	Production de déchets : incinération	1	3	3	9	Chercher des alternatives réutilisables